THE ST. LAWRENCE PARKS COMMISSION

ANNUAL REPORT

1989-1990

PARKS of THE ST. LAWRENCE

The Honourable Peter North
Minister of Tourism and Recreation
77 Bloor Street West
Toronto, Ontario
M7A 2R9

Honourable Sir:

The 1989-90 operating season for The St. Lawrence Parks Commission was one of transition, restoration, assessment and revitalization. The Commission invested great effort in the development of a statement of principles, values and beliefs entitled VISION 2000. This strategic direction focuses on the need to build on success which comes as a result of customer satisfaction. VISION 2000 is our commitment to the future development of the "Parks of the St. Lawrence".

Upper Canada Village and Fort Henry embarked on major improvements to on-site facilities and within their interpretive programs. Increased animation and year-round operation added greater depth to the experience and enjoyment of the visitors and reinforced the Commission's ability to respond to ever changing customer needs and market trends. Commission operations now help support year-round tourism in Eastern Ontario.

An ongoing five year capital program to provide new facilities throughout the Commission included many upgrades for our parks and attractions. These improvements lured more visitors to our many recreational areas than last year and made their stay a more enjoyable experience.

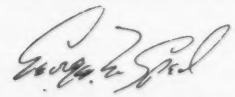
During 1989-90 the retail stores at Upper Canada Village and Fort Henry enjoyed a modest increase in sales from a diverse supply of quality craft goods, souvenirs and historical products.

In accordance with our corporate priority for excellence in visitor services, our seasonal staff joined the ranks of "Tourism Professionals" as they received the Ministry's hospitality training program.

Finally, the Commission's renewed commitment is embodied in our new corporate identity which illustrates the components of sky, parkland, water, flora and fauna. It also reflects our pursuit of a healthy, bold and cooperative approach for the "Parks of the St. Lawrence".

With this commitment firmly in our minds we look forward to the next decade of challenges and accomplishments. We plan to be a part of it.

Respectfully submitted,



George N. Speal, Q.C.
Chairman, The St. Lawrence Parks Commission

92-00264/

THE ST. LAWRENCE PARKS COMMISSION

The St. Lawrence Parks Commission was established as a provincial agency on March 31, 1955 and continues under the authority of the St. Lawrence Parks Commission Act. The Commission is an appointed body which holds meetings regularly and makes policy decisions that affect programs under the Commission's jurisdiction. The Commission provides recreation and tourism opportunities for residents of Ontario and visitors to the Province through the presentation and interpretation of historical attractions and the development and operation of park facilities. Commission operations stretch over 280 kilometres along the St. Lawrence River from the Bay of Quinte in the west to the border of Quebec in the east. The St. Lawrence Parks Commission's headquarters are located adjacent to Upper Canada Village, 11 km east of Morrisburg.

Commissioners (1989/1990)

George N. Speal, Q.C.,
(Kingston) Chairman *(86-05-01)*

Mike McInnis
(Morrisburg) Vice-Chairman *(86-12-03)*

William D. Dillabough
(Morrisburg) *(86-05-01)*

Robert J. Good
(Kingston) *(86-07-12)*

Anne Marie Levesque
(Cornwall) *(86-09-04)*

George Assaly
(Cornwall) *(87-04-16)*

Valerie Gruno
(Kemptville) *(87-04-16)*

Terence Hicks
(Kingston) *(87-05-15)*

Alice McKeown
(Amherstview) *(87-05-15)*

Della McKay
(Brockville) *(87-12-03)*

Grant Haskin
(Mallorytown) *(87-05-01)*

Rene Struthers
(Summerstown) *(88-01-21)*

Management Team

Day-to-day management for The St. Lawrence Parks Commission is co-ordinated by the General Manager and Division Managers.

Robert Mitton
General Manager to 90-01-19

John Barrett-Hamilton
Acting General Manager from 90-01-29

Paul Deault
Manager of Upper Canada Village

Patricia Forrest
Manager of Marketing
and Communications Services

Stephen Gourlay
Coordinator of Finance,
Planning and Administration

Michael Hart
Manager of Human Resources

Robert Mott
Manager of Merchandising,
Parks and Recreation

Michael Paradis
Manager of Maintenance
and Engineering Services

John Robertson
Manager of Fort Henry

1989 - 1990 HIGHLIGHTS

In recognition of ever changing market conditions and visitor trends, Commissioners and staff of The St. Lawrence Parks Commission created a corporate strategy document entitled **VISION 2000**. **VISION 2000** states the principles, values and beliefs of the Commission and its aspirations for the future of its parks and attractions. The **VISION** sets the stage for the next decade as the Commission strives to play a vital role in tourism development in Eastern Ontario.

1989 was a year of transition and revitalization as the Commission took major steps towards enhancing its two main attractions, Fort Henry and Upper Canada Village, during the regular and shoulder season. Fort Henry augmented its daytime program in July and August to include the dynamic "Officer of the Day" parade, as well as military trade demonstrations by garrison artisans. Upper Canada Village's increased animation in the Shoemaker's Shop and Cook's Tavern was widely acclaimed by visitors. Both sites remained open year-round and offered special events programs around Christmas, in addition to a new exhibit at the Fort and a series of adult heritage workshops at the Village. Local communities praised the shoulder season initiatives for their economic benefit and contribution to winter tourism.

1989 was also a year of assessment and restoration during which a parks user survey was undertaken to determine what role Commission parks play in area tourism and the steps required to operate them on a more efficient and higher cost recovery basis. This visitor survey resulted in a comprehensive analysis of Commission campgrounds and day-use areas, considering factors such as current usage patterns, changing market trends and projected future demand. As a result, during early 1990 the Commission decided to close operations at five parks, in addition to Lakeview Park which was closed in 1989, and focus its direct tourism services on the remaining 12 campgrounds and day-use areas. During 1990 the Commission intends to seek new

tourism business opportunities for the six park operations in co-operation with local municipalities, volunteer organizations and the private sector.

The French Language Services Act came into effect on November 19, 1989. The Commission will continue to serve French-speaking persons in French at its head office and in all designated areas. Visitor hospitality training for all staff continued as the Commission emphasized first-class customer service as its top priority.

Finance, Planning and Administration developed a computer systems strategy. This strategy covers all Commission areas and will be implemented in several phases to better utilize technology in the provision of effective support services.

In an effort to strengthen current programs and operations which fulfill the Commission's and the Ministry's commitment to tourism in Eastern Ontario, additional funds were requested and approved. These funds will revitalize historical attractions, replace aging infrastructure, support outreach/ education programming and enhance marketing and promotion.

New directions for the Commission were signaled by the development of a proposed new corporate image for the "Parks of the St. Lawrence," to be initiated in 1990. The new logo, signage, corporate colours and print materials raise public awareness, serve as a cornerstone for marketing all Commission attractions and are a source of pride for staff.

The St. Lawrence Parks Commission is committed to **VISION 2000** as a strategic direction for the upcoming decade. It will not only guide new initiatives and build on the strengths of the Commission, which can provide the greatest tourism benefits, but will also set the stage for cooperative activities with the private sector and other partners. In so doing the "Parks of the St. Lawrence" will successfully meet the tourism challenges of the 1990's.

FORT HENRY

"The Citadel of Upper Canada"

Officially opened in 1938, Fort Henry is the largest military restoration in the Province of Ontario. Built entirely of original limestone, the Fort is an impressive fortification overlooking the historic city of Kingston. Annually, the Fort plays host to over 180,000 visitors, presenting a dynamic performance program which highlights the music, drill and tactical manoeuvres of the British military of 1867. Daily Fort activities combined with an impressive museum collection of rare and valuable military artifacts add to the visitor experience at this major Eastern Ontario tourist attraction.

A Year of Transition

Building on the successes of the Fiftieth Anniversary Year in 1988, the Fort embarked on new and expanded programming which added even greater depth to the experience and enjoyment of the visitor.

The 1989 season was launched with a major event to celebrate National Tourism Awareness Week. This opening day celebration was a partnership effort with the Kingston and Area Chamber of Commerce, Downtown Business Association, Kingston Area Visitor and Convention Bureau as well as local hotels and attractions. Over 4,000 people watched as the Honourable Hugh P. O'Neil, Minister of Tourism and Recreation, inspected the Fort Henry Guard.

A breathtaking spectacle in the latter part of June, saw the ladies and gentlemen of Fort Henry dressed in period costumes, delight a crowd of over 3,000 people as they danced on the Fort's parade square to Strauss waltzes performed by the Kingston Symphony.

Officer of the Day Parade

Complementing the famous "Ceremonial Retreat" for July and August was the all new "Officer of the Day" parade. This highly animated 1867-style military inspection of the garrison troops, held each day at 2:00 p.m., provided entertainment to those visitors unable to attend the evening performances. Greater use of period costumes and increased emphasis on garrison life activities, including those of the women and children of the Fort, added to the exciting performances of the Fort Henry Guard.

A restructuring of the Fort's maintenance and quartermaster's departments allowed various "behind the scenes" staff to take on the role of interpretive artisans. The introduction of these period craftpersons gave visitors an opportunity to observe and participate in the maintenance and upkeep of the "Citadel".

The grand finale of the season featured the Fort Henry Guard performing in two joint ceremonial retreats with the Silent Drill Team and Drum and Bugle Corps of the United States Marine Corps from Washington, D.C.

Continuing their tradition as "Ontario Tourism Ambassadors", the Fort Henry Guard and historical interpreters of Fort Henry participated in over 30 outreach events throughout Ontario and abroad.

Winter Events

1989 will be remembered as a milestone in the history of Fort Henry as it marked the first time the site operated year-round. The new winter initiative allowed an additional 13,000 visitors access to the site during the traditionally closed period. Special activities such as the "Model Soldiers Exhibit", "A Christmas Fort-Nite" and the "March Break-Away" program, as well as historical dinners were met with great enthusiasm. The Fort's winter program was applauded by the Kingston and area business community for its contribution to winter tourism and the local economy.

Contrary to provincial and national trends, Fort Henry saw an increase in visitation by over 20,000 visitors in 1989/90. The success was due to a winning combination of exciting new programs combined with fresh and aggressive marketing initiatives.

Other new ventures included the privatization of food services and the introduction of Visitor Exit Surveys which rated staff performance and new programs at 89% excellent.

UPPER CANADA VILLAGE

Upper Canada Village is one of North America's "must-see" attractions. It has earned an international reputation with its coveted three-star rating, the only one in Ontario and one of two in all of Canada to be awarded this top rating by the Michelin International Tour Guide.

In 1989/90, the Commission embarked on a major mission of innovation and revitalization of this historic jewel of Eastern Ontario. With special "catch-up" funding provided, historic structures, equipment, grounds and especially programming were revitalized in order to strengthen Upper Canada Village as a world-class destination.

A Year of Revitalization

New animation was added to the Village with the opening of the Shoemaker's Shop; coopering demonstrations in various areas; integration of woodyard activities at the new Ross Farm and increased animation at Cook's Tavern. Visitors were able to witness the construction of a timber-framed building using 1860's methods. An 1860's Brass Band from the United States took part in the Victoria Day event, as a forerunner to future plans for an Upper Canada Village Brass Band.

From October to May, a number of research projects were carried out at Upper Canada Village, notably on the subjects of waterfront development, 1860's Brass Band and Fire Brigade and others. This research work, coupled with various restoration projects, will form the basis for exciting new visitor programs at the Village.

Tourism Partnership

An important element of the Village's strategic directions calls for an increased leadership role with local communities and the media in promoting tourism in the region. This was exemplified with the introduction of an 1860's ball game between the Village and local media. In addition, a special Tourism Partner Week was hosted by the Village to promote awareness and mutual tourism support.

The Village continued to offer a wide range of "learning through participation" programs offered to schools, youth groups and adults. Five new programs were introduced and a series of spring adult heritage craft workshops.

Shoulder Season

During the winter months the Village was open to the public for shopping, sleigh rides, skating, walking tours and a host of weekend activities. A televised Christmas special was produced in conjunction with C.J.O.H. in Ottawa. The Village Store provided an excellent range of gifts for Christmas shoppers. The Village shoulder season program helped promote winter tourism in Eastern Ontario.

MERCHANDISING, PARKS & RECREATION DIVISION

This division manages retail gift shops, food concessions and a diversified parks system of 18 campgrounds and day-use facilities from Glengarry Park east of Lancaster to Adolphustown Park west of Kingston. Merchandising, Parks and Recreation also manage a professional 18-hole golf course, a marina, and a migratory bird sanctuary. Park operations are spread along 280 km of the St. Lawrence riverfront encompassing over 4,500 hectares of public lands and prime recreational areas.

Merchandising

The Commission's many visitors can shop for Canadiana, souvenirs and gifts at the Upper Canada Village and Fort Henry gift stores. The Village Store at Upper Canada Village takes great pride in its large selection of Canadian-made merchandise. Village products such as bread, cheese, wool, flour, etc. are sold at the Store, in addition to numerous crafts and books supplied by Canadian manufacturers, local artisans and publishers.

Some 200,000 shoppers went through the doors of the original 1865 storefront and gross sales for 1989 went up by 7%. The Village Store featured several popular promotions throughout the regular operating season: wildlife carving, gourmet sampling and wild flower preservation.

Fort Henry's gift shops, specializing in military models and books, also welcomed many visitors. Sales increased by 4% in the Shako Badge stores and the retail goods were diversified in response to customer interest.

Parks and Recreation

The "Parks of the St. Lawrence" have always been popular for outdoor enthusiasts from Ontario and visitors from other provinces and the northern U.S.A. The Commission manages and maintains some 2,400 camping sites, 600 of which have electrical hook-ups. Attendance figures for 1989 showed a modest decline in camping, while day-use facilities saw a slight increase. Visitor trends for the 1990's will continue to change with demographics and the economy.

A Year of Assessment

To prepare for the future, the Commission conducted an in-house visitor survey and usage study over the length of the entire season in all campgrounds and day-use parks. ADI Limited was engaged to analyze the data, research the current market conditions and assess opportunities for the Commission to operate its parks on a more efficient and higher recovery basis. Longer term strategies for program improvement including divestment and private sector partnerships were considered. An analysis of the findings were published in a final report in February 1990. The report recommended that the Commission assess some of its less popular programs with low visitation and poor revenue return. In the interest of greater efficiency a decision was made in early 1990 to cease direct operation of five campground parks, in addition to Lakeview Park which closed in 1989, and two historic houses.

With program enhancements and upgraded facilities, the Commission anticipates improved tourism services in its 12 operating parks in 1990. The Commission will actively pursue partnership and/or volunteer opportunities with local municipalities and the private sector to operate and develop six closed park areas. Through new tourism business development and co-operative agreements it is hoped that all 18-park locations will continue to support the Eastern Ontario tourism economy.

Parkways and Bikepaths

The St. Lawrence Bike Path, which runs from Brockville to Gananoque on the 1000 Islands Parkway, continued to provide an excellent area for bike enthusiasts. The bike path from Cornwall to the entrance of the Long Sault Parkway also brought many bikers to this area. The model speed boat club held its second successful regatta on the Long Sault Parkway. During 1990 the Commission will place a strong focus on enhancing all facilities along the Long Sault Parkway.

The Queen's Gardens, a 124 hectare site located near Upper Canada Village, features a sunken rose garden with an antique rose area as well as a multitude of other historic varieties of flowers. For the first time, the Gardens were the scene and backdrop of several weddings in 1989.

Upper Canada Golf Course, a professional 18-hole course, provides a challenge to golfers from Ontario, Quebec and New York State. A total of 23,000 rounds of golf were played from May to October, along with 34 tournaments. Major equipment, including a fairway mower, greens aerator and 35 power carts were replaced to make the course even more attractive for the 1990 season.

Crysler Park Marina, located adjacent to Upper Canada Village, in a protected cove off the St. Lawrence River, identified on the charts as buoy no. 72, caters to transient boaters. Electrical services have been upgraded and pedestals installed on each dock. The new self-contained pedestals now enable the boater to draw power and water at boatside. Preliminary plans for a new marina service building were prepared and approved by the Commission. The "Canadian Empress", a cruise ship from Kingston, Ontario, made some 45 scheduled overnight stops at the Marina. The 108' ship travels from Kingston to Quebec City with an average of 55 persons. Passengers from the boat were picked up in a horse-drawn carry-all to visit Upper Canada Village.

Concessions

The Commission takes great pride in its many successful joint ventures with the private sector. From light food operations in our day-use areas to firewood concessions and paddle boats in campsites and a miniature railway operating between Upper Canada Village and Crysler Beach, these partnerships offer many additional services to make our visitors' stay even more enjoyable.

A 10-year food contract with Domco Foodservices, which is now in its fourth year, encompasses the Crysler Park area, i.e. the Canada West Lounge and Restaurant at the Upper Canada Golf Course, Willard's Hotel, the Harvest Barn Restaurant and the Tea Garden at Upper Canada Village. Brown's Fine Food Services of Kingston have been awarded a 5-year food services contract for Fort Henry as part of a broader Commission initiative to improve food services.

HUMAN RESOURCES DIVISION

The Human Resources Division co-ordinates salary administration, staff relations, counselling, training and development, youth programs and recruitment for the Commission's 93 civil servants and 600 unclassified staff.

The Human Resources Division has full personnel delegation and is responsible for classifying all positions, exercising recruitment, responding directly to grievances and preparing policies and plans. The Division documented 1,100 hiring contracts, reviewed and classified 76 job specifications, reviewed and acknowledged 1,200 general applications, prepared and participated in 70 job competitions involving an additional 1,200 candidates as well as providing benefits/staff relations documentation processing and advice.

Training and Development

On a continuing basis, hospitality training was available to staff through training sessions and hospitality tips were provided in the Employee Orientation Manual. First-class customer service is a corporate priority throughout all Commission operations. In addition, a number of training initiatives were made available such as Back Care Program, Pre-Selection Planning Workshop, Smoking Cessation Programs, and Staff Relations for Supervisors.

Organization Renewal

The Commission undertook some major adjustments in the organization with centralization of finance, administration and human resources services and shortened parks operating season to make the Commission's operations more efficient. As a result of the many changes and central agency initiatives, the Human Resources Management Plan was updated in 1989. It provided managers with a basic overview of the role human resources management plays in the Ontario Public Service and The St. Lawrence Parks Commission. This plan also outlined actions for meeting the requirements of the Strategies for Renewal program.

Some of the Division's initiatives included: outreach visits to schools; providing cooperative work experiences to students and adults re-entering the work force; ensuring a

wide area of search and selection process in recruiting for all vacancies; initiating physical demand analysis of positions; developing a job opportunities position profile catalogue for potential candidates; implementing alternate work arrangements; reviewing alternate program delivery arrangements; establishing developmental and career-oriented training opportunities and inter-division staff exchanges; enhancing training and education initiatives in Health and Safety; and accommodating a number of staff affected by organizational adjustments who were retrained and placed.

FINANCE, PLANNING & ADMINISTRATION DIVISION

The Finance, Planning and Administration Division is responsible for the Commission's financial accounting, budgeting, corporate planning, procurement, program evaluation, office services, policy and analysis, and systems development.

Management Information

In an effort to improve the level of management information support to the various divisions, a computerized budgeting system was implemented. This system tracks daily operational data on all cost centres and provides for detailed and flexible reporting.

Payroll System

The payroll system was significantly improved. It provides employees with faster turnaround time on payroll matters and facilitates more effective budgetary control over labour costs and purchase commitments. These improvements also allow the Commission to better comply with provincial and federal government requirements for employee records.

Systems Strategy

A long term computer systems strategy was developed for The St. Lawrence Parks Commission. Priorities included: replacement and upgrading of existing systems and the introduction of new automated systems applications. The Commission endorsed a phased implementation schedule subject to approved funding.

Strategic Planning

During 1989 the Commissioners and Management Team initiated a strategic planning process which resulted in a statement of mission and strategic direction entitled VISION 2000 which will guide business development and corporate priorities over the next 10 years. VISION 2000 provides program objectives and guiding principles for more detailed corporate planning and annual budgeting. A multi-year Corporate Plan for 1990-93 is under preparation by the Commission with the intent that it will be submitted to the Minister during the summer of 1990. VISION 2000 places a stronger focus on customer service, program innovation, new partnerships and enhanced marketing for Commission attractions.

MAINTENANCE & ENGINEERING SERVICES DIVISION

The Maintenance and Engineering Services Division is responsible for the provision of service to all Commission facilities including some 300 buildings and structures, roads, bridges, parks, two major parkways and the Queen Elizabeth Gardens.

Twenty-five full-time and 60 seasonal and student employees provide carpentry, electrical, plumbing and cleaning services, mow 740 hectares of grass, plant and maintain more than 100,000 flowers and trees, conduct forestry operations and provide all Commission fleet management and warehousing activities.

Capital Restoration

An ongoing five-year capital program was identified in 1987 to restore the Commission's aging 30-year old infrastructure and provide new facilities to meet modern demands.

In 1989, a budget of 2.3 million was allocated to 66 projects throughout the Commission's parks and attractions. Park improvements, including washroom renovations, beaches and electrical systems and the completion of the final phase of a centralized administration building, took place as well. A long list of repairs and maintenance projects was addressed at Fort Henry. These included the completion of the ramparts waterproofing project initiated in 1988, repaving of the Fort's main access road, renovations to the

Administration Office, replacement of museum floors and the interior restoration and upgrading of the Fort's restaurant. At Upper Canada Village projects included new roofing and fencing in several locations, structural repairs to the Winter Barn, relocation of the Log Barn and many exterior renovations.

Planning and Land-Use

An updated Land Use Policy document was prepared in 1989 to ensure the continued effective administration by the Commission of lands directly within its control. With a wide-spread land base of about 4,500 hectares including the 1000 Islands Parkway, a wide variety of land use issues are constantly being addressed. Routine applications, permits and licenses totalled 300 in 1989.

The Commission also initiated a comprehensive development study of the Crysler Park - Long Sault Parkway Corridor in order to strengthen tourism services and increase visitation and revenue. The study report being prepared by the Economic Planning Group is expected in early 1991.

MARKETING & COMMUNICATIONS SERVICES DIVISION

The Marketing and Communications Services Division develops and implements marketing strategies for the Commission's attractions and facilities, works actively with the local tourism industry, assists in the assessment of programs and services to meet the needs of target markets, and strives to improve communications with target groups.

New Identity

The firm Gingko Design and Communications Ltd. was hired to develop a proposed new corporate image for The St. Lawrence Parks Commission which will be reflected in signage, publications, advertisements, vehicles, buildings, correspondence and uniforms. The corporate identity will give new life to programs, provide a sense of ownership and pride in the people who work for the Commission and serve as a cornerstone for all marketing and promotion of the "Parks of the St. Lawrence".

The division continued to work closely with the Commission's advertising agency, Mediaplus Advertising to produce a media campaign for local Ontario, Quebec and New York State markets. Commission attractions were marketed as a package with a new colour brochure and with the "St. Lawrence Dollars" which offered visitors a rebate on admission fees.

Communications and co-operation with local communities were stepped up. The "Ambassador's Pass" program encouraged the local population to bring friends and relatives to Commission attractions. Tourism partner days and a local media day were organized throughout the season. Cooperative undertakings, such as the "Summer Fun" program with the Eastern Ontario Travel Association, heightened the exposure of Commission events and activities by broadcasting tourist information on 20 some radio and television stations.

The Quebec market received increased attention as well. News releases went out on a regular basis to the Quebec media and more print advertisements were placed. Several in-house produced ads provided marketing support for the shoulder season program at Fort Henry and Upper Canada Village.

Travel Trade

As in previous years, the division participated in promotional and motorcoach marketplaces in the U.S. and Canada to pursue the growing bus tour market. These included the Rendez-Vous Canada marketplace in Vancouver, British Columbia, the Ontario Motor Coach Association Marketplace in Toronto, the National Tour Association annual marketplace in Orlando, Florida and the American Bus Association annual marketplace in Salt Lake City, Utah.

A new travel trade display and presentation kit, marketing the Commission as a whole, were designed and produced to enhance our presence on the national and international travel market.

Notes to Financial Statement March 31, 1990

1. Significant accounting policies
(a) Basis of accounting - The Commission uses the cash basis of accounting which in the case of expenditure activity is modified to allow an additional thirty days to pay for goods and services pertaining to the fiscal year just ended.
(b) Fixed assets - Disbursements for fixed assets are written off in the year of acquisition.

2. Receipts
Receipts are deposited in the Consolidated Revenue Fund of the Province of Ontario.

3. Expenditures
Disbursements are paid out of moneys appropriated therefore by the Legislature of the Province of Ontario.

4. Pension Plan
The Commission provides pension benefits for substantially all its permanent and some seasonal employees through participation in the Public Service Pension Fund established by the Province of Ontario. The Commission's share of contributions to the Fund during the year was $368,000 (1989 - $347,000). This amount includes current contributions and additional payments required to cover the Commission's share of the Fund's estimated unfunded liabilities on January 1, 1990. These additional payments will continue over the next 40 years.

5. Remuneration of appointees
Total remuneration of members of the Commission was $28,000 (1989 - $26,000)

6. Contingent liability
In January 1986, the Commission contracted out the management of its food service facilities to a Concessionaire for a ten year term expiring December 31, 1995. In the event that the agreement is terminated prior to the end of the term, the Commission is required to pay an amount to the Concessionaire for any leasehold improvements, food service equipment, furniture and furnishings installed. As at March 31, 1990, contingent liabilities arising from this agreement amounted to $254,000.

To The St. Lawrence Parks Commission and to the Minister of Tourism and Recreation

I have examined the statement of receipts and expenditures of The St. Lawrence Parks Commission for the year ended March 31, 1990. My examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as I considered necessary in the circumstances.

In my opinion, this financial statement presents fairly the Commission's receipts and expenditures for the year ended March 31, 1990 in accordance with the accounting policies described in note 1 applied on a basis consistent with that of the preceding year.

J.F. Otterman

J.F. Otterman, F.C.A.
Assistant Provincial Auditor

Toronto, Ontario
June 27, 1990

Statement of Receipts and Expenditures for the year ended March 31, 1990

	1990 ($000's)	1989 ($000's)
RECEIPTS		
Entrance fees	2,141	2,160
Campsite permits	626	650
Marina docking and storage	48	59
Sale of souvenirs, merchandise, food, etc.	1,670	1,663
Concession rentals	188	144
Golf equipment rental	76	89
Miscellaneous	44	64
	4,793	4,829
OPERATING EXPENDITURES		
Salaries, wages and benefits	10,690	10,221
Transportation and communication	239	266
Services	1,170	1,144
Supplies and equipment	2,670	1,896
Grants to municipalities in lieu of taxes	22	22
	14,791	13,549
EXCESS OF OPERATING EXPENDITURES OVER RECEIPTS	9,998	8,720
CAPITAL EXPENDITURES		
Acquisition/construction of physical assets	2,251	1,710
EXCESS OF TOTAL EXPENDITURES OVER RECEIPTS	12,249	10,430

See accompanying notes to financial statement.

On behalf of the Commission:

Chairman

Member

La Commission des Parcs du Saint-Laurent

Rapport Annuel

1989-1990

Les Parcs du Saint-Laurent

LA COMMISSION DES PARCS DU SAINT-LAURENT

La Commission des parcs du Saint-Laurent est un organisme provincial qui a été fondé le 31 mars 1955 et exerce ses activités en vertu de la Loi sur la Commission des parcs du Saint-Laurent. La Commission est un organisme désigné qui tient des assemblées régulières et prend des décisions en ce qui concerne les politiques qui touchent les programmes relevant de la Commission. Elle offre des activités récréatives et touristiques aux Ontariens et aux Ontariennes ainsi qu'aux visiteurs de passage dans la province grâce à la présentation et à l'interprétation d'attractions historiques, grâce également au développement et à l'exploitation d'installations dans les parcs. Les activités de la Commission couvrent plus de 280 kilomètres le long du fleuve Saint-Laurent depuis la baie de Quinte, à l'ouest, jusqu'à la frontière du Québec, à l'est. Le bureau principal de la Commission des parcs du Saint-Laurent est voisin d'Upper Canada Village, à 11 kilomètres à l'est de Morrisburg.

Les commissaires (1989/1990)

George N. Speal, c.r.
(Kingston) Président *(86-05-01)*

Mike McInnis
(Morrisburg) Vice-Président *(86-12-03)*

William D. Dillabough
(Morrisburg) *(86-05-01)*

Robert J. Good
(Kingston) *(86-07-12)*

Anne Marie Levesque
(Cornwall) *(86-09-04)*

George Assaly
(Cornwall) *(87-04-16)*

Valerie Gruno
(Kemptville) *(87-04-16)*

Terence Hicks
(Kingston) *(87-05-15)*

Alice McKeown
(Amherstview) *(87-05-15)*

Della McKay
(Brockville) *(87-12-03)*

Grant Haskin
(Mallorytown) *(87-05-01)*

Rene Struthers
(Summerstown) *(88-01-21)*

L'équipe de gestion

Le directeur général, secondé de sept directeurs, voit à la gestion quotidienne de la Commission des parcs du Saint-Laurent.

Robert Mitton
Directeur général jusqu'au 90-01-19

John Barrett-Hamilton
Directeur général intérimaire
depuis le 90-01-29

Paul Deault
Directeur d'Upper Canada Village

Patricia Forrest
Directrice de la commercialisation
et des communications

Stephen Gourlay
Coordonnateur des finances, de
la planification et de l'administration

Michael Hart
Directeur des ressources humaines

Robert Mott
Directeur de la commercialisation,
des parcs et des loisirs

Michael Paradis
Directeur des services techniques
et d'entretien

John Robertson
Directeur du Fort Henry

L'honorable Peter North
Ministre du Tourisme et des Loisirs
77, rue Bloor ouest
Toronto (Ontario)
M7A 2R9

Monsieur le Ministre,

La saison d'exploitation 1989-1990 de la Commission des parcs du Saint-Laurent a été une période de transition, de restauration, d'évaluation et de réaménagement. La Commission a consacré beaucoup d'énergie à l'élaboration d'un énoncé de principes, de valeurs et de convictions intitulé VISION 2000. Cette stratégie est axée sur la nécessité de tirer parti de la satisfaction des clients. VISION 2000 est le symbole de notre engagement envers le futur développement des parcs du Saint-Laurent.

Upper Canada Village et le Fort Henry ont considérablement amélioré leurs installations et leurs programmes d'interprétation. L'augmentation des activités et le fait que ces sites soient ouverts toute l'année procurent aux visiteurs une expérience plus riche et agréable et permettent à la Commission de mieux répondre à l'évolution des besoins de ses clients et des tendances du marché. Les activités de la Commission encouragent maintenant le tourisme toute l'année dans l'Est de l'Ontario.

Un programme quinquennal permanent destiné à construire de nouvelles installations dans divers parcs de la Commission a permis d'apporter de nombreuses améliorations à nos parcs et attractions. Ces améliorations ont attiré dans nos nombreux centres de loisirs un plus grand nombre de visiteurs que l'an dernier et ont agrémenté leur séjour.

Au cours de l'exercice 1989-1990, les magasins d'Upper Canada Village et du Fort Henry ont enregistré de légères augmentations dans leurs ventes d'objets artisanaux de qualité, de souvenirs et d'articles anciens.

S'attachant à l'excellence des services aux visiteurs, priorité de la Commission, le personnel saisonnier a intégré le rang des «professionnels du tourisme» en suivant le programme de formation à l'accueil du ministère.

Enfin, la Commission renouvelle son engagement en recréant son image de marque, où se trouvent représentés le ciel, un parc, l'eau et la faune. Elle reflète également notre intention de faire des parcs du Saint-Laurent un symbole de santé, d'aventure et de coopération.

Soucieux de respecter notre engagement, nous sommes prêts pour les défis et réalisations qui marqueront la prochaine décennie.

Avec nos plus respectueux hommages, Monsieur le Ministre, nous vous remettons ce rapport.

Le président,

George N. Speal, c.r.
Commission des parcs du Saint-Laurent

LES FAITS SAILLANTS DE 1989-1990

En réponse à l'évolution des conditions du marché et des tendances des visiteurs, les commissaires et le personnel de la Commission des parcs du Saint-Laurent ont élaboré un document stratégique intitulé **VISION 2000**. **VISION 2000** énonce les principes, valeurs et convictions de la Commission et ses aspirations pour l'avenir de ses parcs et attractions. Cette **VISION** sera le cadre de travail de la prochaine décennie, alors que la Commission s'efforcera de jouer un rôle crucial dans le développement du tourisme dans l'Est de l'Ontario.

L'année 1989 a été une période de transition et de réaménagement car la Commission a fait d'importantes démarches pour l'amélioration de ses deux principales attractions, le Fort Henry et Upper Canada Village, pendant la saison normale et la saison intermédiaire. Le Fort Henry a amélioré le programme de jour offert en juillet et août en y ajoutant la dynamique parade de l'«officier du jour» et des démonstrations de métiers militaires par les artisans de la garnison. La nouvelle animation d'Upper Canada Village à la boutique du cordonnier et à la taverne Cook a été très bien accueillie par les visiteurs. Ces deux sites sont restés ouverts toute l'année et ont offert des programmes d'activités spéciales autour de Noël, ainsi qu'une nouvelle exposition au fort et, pour les adultes, une série d'ateliers sur les métiers d'antan au village. Les communautés locales se sont félicitées des activités de la saison intermédiaire qui leur ont été bénéfiques et qui ont contribué au tourisme hivernal.

L'année 1989 a également été une période d'évaluation et de restauration. Une enquête a donc été effectuée auprès des usagers des parcs afin de déterminer le rôle que la Commission joue dans le tourisme régional et les démarches nécessaires pour exploiter ces parcs de façon plus efficace et rentable. Cette enquête a nécessité une analyse complète des terrains de camping et des aires d'accueil de jour de la Commission; à cet effet, on a tenu compte de facteurs tels que les tendances d'usage actuelles, l'évolution des tendances du marché et les prévisions de la demande future. Au début de 1990, la Commission a ainsi décidé de cesser l'exploitation de cinq parcs, en plus du parc Lakeview qui a été fermé en 1989, et d'axer ses services touristiques directs sur les 12 autres terrains de camping et aires d'accueil de jour. Au cours de 1990, la Commission a l'intention de chercher de nouvelles perspectives

commerciales pour l'exploitation de ces six parcs en collaboration avec les municipalités de la région, les organismes bénévoles et le secteur privé.

La Loi de 1986 sur les services en français est entrée en vigueur le 19 novembre 1989. La Commission continuera de servir les francophones en français à son bureau central et dans les régions désignées. Elle a continué d'offrir des cours de formation à l'accueil pour tout le personnel tout en mettant l'accent sur sa grande priorité, un service à la clientèle de première classe.

La Direction des finances, de la planification et de l'administration a mis au point une stratégie d'informatisation. Cette stratégie couvre toutes les régions relevant de la Commission et sa mise en oeuvre se fera en plusieurs étapes afin de faire un meilleur usage de la technologie dans la prestation de services de soutien efficaces.

Dans un effort visant à consolider les programmes et activités actuels qui traduisent l'engagement de la Commission et du ministère envers le tourisme dans l'Est de l'Ontario, la demande de fonds supplémentaires a été approuvée. Ces fonds permettront de donner un peu plus d'éclat aux attractions historiques, de remplacer l'infrastructure vieillissante, d'encourager les programmes de sensibilisation et d'éducation communautaire et d'améliorer les tactiques de commercialisation et de promotion.

Les nouvelles orientations de la Commission ont été annoncées par l'élaboration d'un nouveau projet d'image de marque pour les parcs du Saint-Laurent. Le nouveau logo, les panneaux, les couleurs qui ont été choisies pour l'organisme et les brochures qui ont été publiées sont plus attrayants; ils sont le pilier de la commercialisation de toutes les attractions de la Commission et une source de fierté pour le personnel.

La Commission des parcs du Saint-Laurent s'est engagée à suivre l'orientation stratégique proposée dans VISION 2000 pour la décennie à venir. Ce document ne se contentera pas de guider les nouvelles initiatives et de tirer parti des points forts de la Commission, qui peuvent s'avérer très fructueux pour l'industrie touristique, il préparera aussi l'organisation d'activités en collaboration avec le secteur privé et d'autres partenaires. Ce faisant, les parcs du Saint-Laurent relèveront avec succès les défis du tourisme des années 90.

LE FORT HENRY
"La Citadelle du Haut-Canada"

Inauguré en 1938, le Fort Henry est la plus importante installation militaire qui ait été restaurée dans la province de l'Ontario. Entièrement construit en pierres à chaux originales, le fort est une impressionnante fortification qui surplombe la ville historique de Kingston. Chaque année, le fort accueille plus de 180 000 visiteurs auxquels il présente un superbe programme, notamment des démonstrations d'exercices militaires, de musique et de manoeuvres tactiques de l'armée britannique de 1867. Les activités quotidiennes du fort, auxquelles vient s'ajouter l'imposante collection d'objets militaires rares et précieux du musée, enrichissent encore l'expérience des visiteurs de cette extraordinaire attraction touristique de l'Est de l'Ontario.

Une année de transition

Le succès obtenu l'année du cinquantenaire, en 1988, a incité le fort à élaborer de nouveaux programmes et à améliorer les programmes déjà offerts pour le plus grand plaisir des visiteurs.

L'ouverture de la saison 1989 s'est déroulée dans le cadre d'un important événement organisé pour célébrer la Semaine nationale de sensibilisation au tourisme. La célébration de cette journée d'ouverture a été rendue possible grâce aux efforts concertés de la chambre de commerce de Kingston et de la région, de la Downtown Business Association, du Kingston Area Visitor and Convention Bureau, ainsi qu'à ceux des hôtels et attractions de la région. Plus de 4 000 personnes étaient présentes lorsque l'honorable Hugh P. O'Neil, ministre du Tourisme et des Loisirs, a passé en revue la garde du Fort Henry.

Vers la fin juin, dans un magnifique spectacle, les dames et messieurs du Fort Henry arborant des costumes d'époque ont ravi une foule de plus de 3 000 personnes en dansant sur la place des parades du fort sur l'air des valses de Strauss exécutées par l'orchestre symphonique de Kingston.

La parade de l'officier du jour

La toute nouvelle parade de l'«officier du jour» est venue s'ajouter à la célèbre «retraite cérémoniale» qui a lieu en juillet et en août. Cette revue militaire très animée des troupes de la garnison, comme il s'en faisait en 1867, se déroulait tous les jours à 14 h et a su divertir les visiteurs qui ne pouvaient assister aux spectacles offerts en soirée. Des costumes d'époque plus nombreux et une meilleure représentation de la vie quotidienne de la garnison, notamment celle des femmes et des enfants qui vivaient au fort, ont ajouté une note particulière aux spectacles de la garde du Fort Henry.

La restructuration des services de l'entretien et de l'intendance a permis à divers membres du personnel qu'on ne voit pas en temps ordinaire de jouer le rôle d'artisans interprètes. La présence de ces artisans d'époque a donné aux visiteurs l'occasion d'observer et de participer à l'entretien et à la tenue de la «Citadelle».

La saison s'est brillamment terminée avec les deux retraites cérémoniales auxquelles a participé la garde du Fort Henry avec le concours du Silent Drill Team et du corps de clairons et tambours de l'United States Marine Corps de Washington, D.C.

Soucieux de préserver leur réputation d'«ambassadeurs du tourisme en Ontario», la garde et les interprètes de l'histoire du Fort Henry ont participé à plus de 30 événements en Ontario et à l'étranger.

Événements d'hiver

Au Fort Henry, on se souviendra de l'année 1989 car c'est la première fois que le fort a été ouvert toute l'année. Le nouveau programme d'hiver a permis à 13 000 visiteurs de plus de se rendre sur le site pendant cette période où le fort était ordinairement fermé. Les activités spéciales tels l'exposition de modèles réduits de soldats, «A Christmas Fort-Nite» et les dîners historiques, ont eu beaucoup de succès. Le programme d'hiver du fort a été très apprécié des gens d'affaires de Kingston et de la région pour sa contribution au tourisme d'hiver et à l'économie locale.

Contrairement aux tendances provinciales et nationales, le Fort Henry a vu le nombre de ses visiteurs augmenter de plus de 20 000 au cours de 1989-1990. Ce succès est attribuable à un heureux mélange de nouveaux programmes intéressants et de nouvelles et dynamiques initiatives de commercialisation.

Au nombre des autres entreprises nouvelles figuraient la privatisation des services alimentaires, ainsi que des sondages effectués auprès des visiteurs, à leur sortie des sites touristiques, qui ont donné une cote d'excellence de 89 pour 100 à la performance du personnel et aux nouveaux programmes.

UPPER CANADA VILLAGE

Upper Canada Village est l'une des attractions «à ne pas manquer» en Amérique du Nord. Cette attraction s'est acquis une réputation internationale avec sa cote fort convoitée des trois étoiles, la seule en Ontario, deux en tout au Canada, à se voir attribuer cette cote maximum par le Guide touristique international Michelin.

Pendant l'exercice 1989-1990, la Commission a entrepris une importante mission d'innovation et de réaménagement de ce trésor historique de l'Est de l'Ontario. Grâce à une aide financière «de rattrapage» spéciale, un nouveau souffle a été donné aux bâtiments historiques, au matériel, aux terrains et aux programmes afin de relever le statut d'Upper Canada Village comme destination mondiale.

Une année de réaménagement

De nouvelles attractions ont été ajoutées au village avec l'ouverture de la boutique du cordonnier, les démonstrations de tonnellerie ici et là, l'intégration d'activités de menuiserie à la nouvelle ferme Ross et l'animation accrue de la taverne Cook. Les visiteurs ont pu observer la construction d'un bâtiment à charpente en bois d'oeuvre édifié avec les techniques de 1860. Un orchestre de cuivres américain de 1860 a pris part à l'événement de la Fête Victoria pour donner un avant-goût des projets de formation d'un orchestre de cuivres à Upper Canada Village.

Entre les mois d'octobre et mai, un certain nombre de projets de recherche ont été réalisés à Upper Canada Village, notamment en ce qui concerne l'aménagement des sites riverains, l'orchestre de cuivres de 1860, la brigade de pompiers, etc. Ce travail de recherche, outre divers projets de restauration, servira de base à de nouveaux et passionnants programmes à l'intention des visiteurs du village.

Le partenariat touristique

Un important aspect des orientations stratégiques du village est de jouer un rôle plus important au sein des collectivités et des médias locaux afin de promouvoir le tourisme dans la région. C'est ainsi qu'a été introduite une partie de balle comme on en jouait en 1860, entre le village et les médias locaux. Par ailleurs, une semaine spéciale des partenaires touristiques a été organisée par le village pour mieux sensibiliser l'opinion et favoriser un soutien touristique mutuel.

Le village a continué d'offrir un large éventail de programmes d'«apprentissage par la participation» aux écoles, aux groupes de jeunes et aux adultes. Cinq nouveaux programmes ont été mis sur pied, ainsi qu'une série d'ateliers de printemps pour les adultes s'intéressant à l'artisanat d'autrefois.

La saison intermédiaire

Pendant les mois d'hiver, le village a été ouvert au public pour le magasinage, les promenades en traîneau, le patinage, les visites à pied et une foule d'activités de fin de semaine. Une émission spéciale de Noël télédiffusée a été réalisée en collaboration avec C.J.O.H. à Ottawa. Le magasin du village offrait un excellent choix de cadeaux de Noël. Le programme de la saison intermédiaire du village a aidé à promouvoir le tourisme d'hiver dans l'Est de l'Ontario.

LA DIRECTION DE LA COMMERCIALISATION, DES PARCS ET DES LOISIRS

Cette direction administre les boutiques de cadeaux, les concessions alimentaires et un réseau de parcs diversifié regroupant 18 terrains de camping et installations de jour depuis le parc Glengarry, à l'est de Lancaster, au parc Adolphustown, à l'ouest de Kingston. La Direction de la commercialisation, des parcs et des loisirs administre également un terrain de golf professionnel de 18 trous, un port de plaisance et un sanctuaire d'oiseaux migrateurs. Les installations des parcs couvrent 280 kilomètres en bordure du Saint-Laurent, dont plus de 4 500 hectares de terre publique et d'aires de loisirs magnifiquement situées.

La commercialisation

Les nombreux visiteurs des parcs de la Commission peuvent trouver des souvenirs et des cadeaux de marque Canadiana dans les magasins d'Upper Canada Village et du Fort Henry. Le magasin d'Upper Canada Village est très fier de son vaste choix d'articles de fabrication canadienne. Les produits du village, tels le pain, le fromage, la laine, la farine, etc., sont en vente au magasin, en plus de nombreux objets d'artisanat et livres fournis par des fabricants canadiens, des artisans locaux et des maisons d'édition.

En 1989, quelque 200 000 personnes ont visité le magasin dont la façade date de 1865, et les ventes ont augmenté de 7 pour 100. Le magasin du village a offert plusieurs promotions populaires pendant la saison d'exploitation régulière : sculptures d'animaux sauvages sur bois, dégustation de spécialités culinaires et conservation de fleurs sauvages.

Les boutiques de cadeaux du Fort Henry, spécialisées dans les modèles réduits et les livres militaires, ont également accueilli de nombreux visiteurs. Les ventes se sont accrues de 4 pour 100 dans les magasins Shako Badge et les articles de vente au détail étaient diversifiés en réponse à l'intérêt de la clientèle.

Les parcs et les loisirs

Les parcs du Saint-Laurent ont toujours été populaires auprès des adeptes du plein air de l'Ontario et les visiteurs des autres provinces et du Nord des États-Unis. La Commission assure la gestion et l'entretien de quelque 2 400 terrains de camping, dont 600 sont dotés de prises électriques. Les statistiques pour 1989 ont indiqué une légère diminution du nombre de campeurs, alors que l'usage des parcs de jour a augmenté légèrement. Les tendances des visiteurs pour les années 1990 continueront de varier en fonction de la courbe démographique et de l'économie.

Une année d'évaluation

Se préparant pour l'avenir, la Commission a effectué une enquête auprès des visiteurs et une étude d'usage des terrains de camping et des parcs de jour tout au long de la saison. ADI Limited a été engagée pour analyser ces données, mener une recherche sur les conditions actuelles du marché et évaluer les possibilités, pour la Commission, d'exploiter ses parcs de façon plus efficace et rentable. On a envisagé des stratégies à long terme pour l'amélioration des programmes, notamment l'arrêt de certaines activités et le partenariat avec le secteur privé. Une analyse des conclusions a été publiée dans un rapport final en février 1990. Le rapport a recommandé que la Commission évalue certains de ses programmes moins populaires, c'est-à-dire ceux qui attirent peu de visiteurs et génèrent de faibles revenus. Par souci de rentabilité, on a décidé, au début de 1990, de cesser l'exploitation de cinq parcs avec camping, en plus du parc Lakeview qui a été fermé en 1989, et de deux maisons historiques.

Avec l'amélioration des programmes et des installations, la Commission prévoit d'offrir de meilleurs services touristiques dans ses 12 parcs en exploitation en 1990. Elle cherchera activement les partenariats et les possibilités de services bénévoles qu'offrent les municipalités locales et le secteur privé pour exploiter et développer les aires où six parcs ont été fermés. Grâce au développement des activités de l'industrie touristiques et à des ententes coopératives, on espère que les 18 endroits où des parcs ont été aménagés continueront de favoriser l'industrie touristique de l'Est de l'Ontario.

Les promenades et les pistes cyclables

La piste cyclable du Saint-Laurent, qui s'étend de Brockville à Gananoque sur la promenade des Mille-Îles, a continué d'être très populaire auprès des adeptes de la bicyclette. La piste cyclable qui relie Cornwall à l'entrée de la promenade du Long-Sault a également attiré de nombreux cyclistes. Le club de modèles réduits de bateaux-glisseurs a tenu sa deuxième régate très réussie le long de la promenade du Long-Sault. En 1990, la Commission se concentrera sur l'amélioration des installations en bordure de cette promenade.

Les jardins Queen Elizabeth, un site de 124 hectares à proximité d'Upper Canada Village, sont

dotés d'un jardin de roses en contrebas où fleurissent des roses «anciennes» et une multitude d'autres variétés de fleurs historiques. Pour la première fois, en 1989, les jardins ont servi de site et de toile de fond à plusieurs mariages.

Upper Canada, un terrain de golf professionnel de 18 trous, présente un défi pour les golfeurs de l'Ontario, du Québec et de l'État de New York. De mai à octobre, il s'est joué au total 23 000 parties de golf et 34 tournois. Du matériel important a été remplacé pour rendre le terrain encore plus attrayant pour la saison 1990, notamment une tondeuse d'allée, un aérateur et 35 voiturettes.

Le port de plaisance du parc Crysler, voisin d'Upper Canada Village dans une anse protégée du fleuve Saint-Laurent et désignée par la bouée nº 72 sur les cartes, accueille les plaisanciers de passage. On a amélioré les services d'électricité et installé des socles sur tous les quais. Grâce à ces nouveaux socles indépendants, les plaisanciers peuvent désormais avoir de l'électricité et de l'eau à côté de leurs bateaux. La Commission a préparé et approuvé un avant-projet visant la construction d'un nouveau bâtiment d'entretien pour la marina. Le Canadian Empress, navire de croisière de Kingston (Ontario), a fait, comme prévu, 45 escales d'une nuit au port de plaisance. Une carriole assurait le transport des passagers du navire pour leur faire visiter Upper Canada Village.

Les concessions

La Commission est très fière de ses nombreuses entreprises conjointes avec le secteur privé. Des comptoirs offrant des repas légers dans les aires d'accueil de jour aux concessions de bois de chauffage et de pédalos sur les terrains de camping, sans oublier le chemin de fer miniature reliant Upper Canada Village à la plage Crysler. Ces partenariats permettent d'offrir de nombreux services supplémentaires qui rendent le séjour des visiteurs encore plus agréable.

En vertu du contrat de 10 ans qui lui a été accordé et qui entre dans sa quatrième année, Domco Food Services fournit des services alimentaires dans la région du parc Crysler, notamment au Canada West Lounge and Restaurant sur le terrain de golf Upper Canada, à l'hôtel Willard's, au restaurant Harvest Barn, et au Tea Garden à Upper Canada Village. Pour sa part, la société Brown's Fine Food Services de Kingston a obtenu un contrat de services alimentaires de cinq ans pour le Fort Henry dans le cadre d'une initiative générale de la Commission visant à améliorer les services alimentaires.

LA DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES

La Direction des ressources humaines coordonne l'administration des salaires, les relations avec les employés, les séances d'orientation, la formation et le perfectionnement, les programmes destinés aux jeunes et le recrutement pour les 93 fonctionnaires et 600 employés non syndiqués de la Commission.

La Direction des ressources humaines désigne le personnel et classifie tous les postes, recrute le personnel, répond directement aux griefs et prépare les politiques et les plans. Cette direction a justifié 1 100 contrats d'embauche, étudié et classifié 76 descriptions d'emplois, étudié et approuvé 1 200 demandes générales, préparé et collaboré à 70 concours auxquels 1 200 autres candidats ont participé, et fourni des services et des conseils relatifs aux documents concernant les avantages sociaux et les relations avec les employés.

La formation et le perfectionnement

Le personnel a pu se prévaloir de façon continue de cours de formation à l'accueil dans le cadre de séances de formation, et des conseils sur l'accueil ont été fournis dans le guide à l'intention des employés. La prestation d'un service à la clientèle de première qualité est la priorité de toutes les activités de la Commission. En outre, un certain nombre d'initiatives de formation ont été prises : programme de soins du dos, atelier sur la planification de la présélection, programmes de désaccoutumance pour les fumeurs et atelier sur les relations avec les employés pour les superviseurs.

La réorganisation

La Commission a apporté d'importants changements à son organisation en centralisant les services des finances, de l'administration et des ressources humaines et en raccourcissant la saison d'exploitation des parcs afin de mieux rentabiliser ses activités. À la suite de ces nombreux changements et des initiatives de centralisation, le plan de gestion des ressources humaines de la Commission a été mis à jour en 1989. Il fournissait aux directeurs un aperçu général du rôle de la gestion des ressources humaines au sein de la fonction publique de l'Ontario et de la Commission des parcs du Saint-Laurent. Ce plan soulignait également les mesures à prendre pour répondre aux exigences du programme Stratégies de renouvellement.

Au nombre de ses initiatives, la direction comptait : des visites dans les écoles; des stages coopératifs pour les étudiants et les adultes réintégrant le marché du travail; l'élargissement de son secteur de recherche et la mise en place d'un processus de sélection pour tous les postes à combler; l'analyse des exigences physiques des divers postes; l'élaboration d'un catalogue destiné aux candidats compétents donnant le profil des emplois; la possibilité, pour les employés, de choisir leur horaire de travail; l'étude d'autres mesures de prestation des programmes; la création de possibilités de formation axées sur le perfectionnement et la carrière, ainsi que des échanges de personnel entre les directions; l'amélioration des initiatives de formation et d'éducation en santé et sécurité; enfin, l'aide aux membres du personnel touchés par les changements organisationnels qui ont reçu une nouvelle formation et ont été affectés à d'autres postes.

LA DIRECTION DES FINANCES, DE LA PLANIFICATION ET DE L'ADMINISTRATION

La Direction des finances, de la planification et de l'administration est chargée de la comptabilité financière de la Commission, du budget, de la planification interne, de l'approvisionnement, de l'évaluation des programmes, des services de bureau, des politiques et de l'analyse, ainsi que de l'élaboration des systèmes.

Les renseignements de gestion

Dans le but d'améliorer l'appui accordé aux diverses directions en matière de renseignements de gestion, un système budgétaire informatisé a été mis en oeuvre. Ce système enregistre les données opérationnelles quotidiennes intéressant toutes les sources de coûts et permet de faire des rapports détaillés et adaptables.

Le système de la paye

Le système de la paye a été considérablement amélioré. Il permet un traitement plus rapide des questions relatives à la paye des employés et rend plus efficace le contrôle budgétaire des coûts de la main-d'oeuvre et des achats. Ces améliorations permettent en outre à la Commission de mieux se conformer aux exigences provinciales et fédérales relatives aux dossiers des employés.

La stratégie de l'informatique

Une stratégie d'informatique à long terme a été élaborée pour la Commission des parcs du Saint-Laurent. Au nombre des priorités, on compte : le remplacement et l'amélioration des systèmes actuels et l'introduction de nouvelles applications de systèmes automatisés. La Commission a approuvé un calendrier de mise en oeuvre graduelle sous réserve que l'aide financière nécessaire soit approuvée.

La planification stratégique

En 1989, les commissaires et l'équipe de gestion ont lancé un processus de planification stratégique qui a abouti à l'élaboration d'un énoncé de mandat et d'orientation stratégique intitulé Vision 2000. C'est de ce document que s'inspirera la Commission au cours des 10 prochaines années pour prendre des décisions en matière d'expansion commerciale et de priorités. Vision 2000 contient les objectifs de programmes et les principes directeurs nécessaires à une planification et à un budget annuel plus détaillés. L'ébauche d'un plan pluriannuel interne pour la période de 1990 à 1993 est en cours de rédaction et devrait être présentée au ministre au cours de l'été 1990. Vision 2000 met un accent particulier sur le service à la clientèle, l'innovation dans les programmes, les nouveaux partenariats et une meilleure commercialisation des attractions de la Commission.

LA DIRECTION DES SERVICES TECHNIQUES ET D'ENTRETIEN

La Direction des services techniques et d'entretien est chargée de toutes les installations de la Commission, notamment quelque 300 bâtiments et structures, les routes, les ponts, les parcs, deux grandes promenades et les jardins Reine Elizabeth.

Vingt-cinq employés à temps plein et 60 employés saisonniers et étudiants s'occupent de la menuiserie, des installations électriques et du nettoyage, tondent 740 hectares de gazon, plantent et entretiennent plus de 100 000 fleurs et arbres, exercent des activités forestières et assurent toutes les activités de gestion du parc automobile et d'entreposage de la Commission.

La restauration des immobilisations

Un programme d'immobilisations quinquennal permanent a été lancé par la Commission en 1987 pour restaurer son infrastructure vieille de 30 ans (qui se détériorait) et pour créer de nouvelles installations afin de répondre aux demandes actuelles.

En 1989, un budget de 2,3 millions de dollars a été alloué à 66 projets dans les parcs et attractions de la Commission. On a également procédé à l'amélioration des parcs, notamment la rénovation des toilettes, des plages et des systèmes électriques, ainsi qu'à la dernière étape de centralisation de l'administration. Une longue liste de projets de réparations et d'entretien a été menée à bien au Fort Henry. Ceux-ci comprenaient l'achèvement du projet commencé en

1988 pour assurer l'étanchéité des remparts, le repavage du principal chemin d'accès au fort, la rénovation du bureau de l'administration, le remplacement des planchers du musée et la restauration et l'amélioration intérieures du restaurant du fort. Les projets d'Upper Canada Village comprenaient la réfection des toitures et des clôtures de plusieurs sites, la réparation de la structure de la grange d'hiver, le déménagement de la grange en bois rond et de nombreuses rénovations extérieures.

La planification et l'aménagement du territoire

Un document sur la politique d'aménagement du territoire a été mis à jour en 1989 afin que la Commission puisse continuer d'administrer de façon efficace les terres qu'elle contrôle directement. Avec des terres qui s'étendent sur une vaste superficie (environ 4 500 hectares, dont la promenade des Mille-Îles), la Commission doit s'occuper quotidiennement d'un large éventail de questions touchant l'aménagement du territoire. On a traité au total 300 demandes courantes et permis divers en 1989.

La Commission a également entrepris une étude complète pour le développement du corridor reliant le parc Crysler et la promenade du Long-Sault afin d'améliorer les services touristiques et d'augmenter les visites et, par conséquent, les recettes. Le groupe de planification économique travaille actuellement à la rédaction du rapport de cette étude, qui devrait être prêt au début de 1991.

LA DIRECTION DE LA COMMERCIALISATION ET DES COMMUNICATIONS

La Direction de la commercialisation et des communications élabore et met en oeuvre des stratégies de commercialisation des attractions et installations de la Commission, travaille activement avec l'industrie touristique locale, aide à évaluer les programmes et services afin de répondre aux besoins des marchés cibles et s'efforce d'améliorer les communications avec les groupes cibles.

Une nouvelle identité

La société Gingko Design and Communications Ltd. a été embauchée pour élaborer, pour la Commission des parcs du Saint-Laurent, un projet de nouvelle image que l'on retrouvera dans les panneaux, les publications, la publicité, les véhicules, les bâtiments, la correspondance et les uniformes. Cette nouvelle identité donnera un peu plus d'éclat aux programmes et un sentiment de propriété et de fierté aux personnes qui travaillent pour la Commission; elle sera le pilier de la commercialisation et de la promotion des parcs du Saint-Laurent.

La direction continue de collaborer étroitement avec l'agence de publicité de la Commission, Publicité Mediaplus, pour réaliser une campagne médiatique pour les marchés locaux de l'Ontario, du Québec et de l'État de New York. Les attractions de la Commission ont été commercialisées sous forme de forfait; on a créé, à cet effet, une nouvelle brochure couleur et mis en circulation des «dollars Saint-Laurent» grâce auxquels les visiteurs ont droit à un rabais sur le prix d'entrée.

Les communications et la collaboration avec les communautés locales ont été intensifiées. Le programme du «laissez-passer de l'ambassadeur» a encouragé la population locale à amener parents et amis voir les attractions de la Commission. Des journées du partenaire du tourisme et une journée des médias locaux ont été organisées au cours de la saison. Les initiatives coopératives, comme le programme «Summer Fun», mis sur pied avec l'Eastern Ontario Travel Association, ont mis en valeur les événements et activités organisés par la Commission en diffusant des renseignements touristiques sur une vingtaine de stations de radio et de télévision.

Le marché québécois a lui aussi reçu plus d'attention. Des communiqués de presse ont été transmis régulièrement aux médias du Québec et la publicité écrite a été intensifiée. Plusieurs annonces maison ont aidé à commercialiser le programme de la saison intermédiaire au Fort Henry et à Upper Canada Village.

L'industrie du voyage

Comme par le passé, la direction a participé à la promotion des voyages organisés en autobus aux États-Unis et au Canada afin d'exploiter ce marché florissant, notamment Rendez-vous Canada à Vancouver, en Colombie-Britannique, le salon de l'Ontario Motor Coach Association à Toronto, le salon annuel de la National Tour Association à Orlando, en Floride, et celui de l'American Bus Association à Salt Lake City, dans l'Utah.

Un nouveau kiosque d'exposition et une nouvelle série de brochures sur l'industrie touristique, commercialisant toutes les activités de la Commission, ont été conçus et mis au point pour souligner notre présence sur le marché du voyage national et international.

Notes afférentes à l'état financier le 31 mars 1990

1. Principales conventions comptables
(a) Méthode comptable - La Commission utilise la méthode de caisse pour comptabiliser les actifs immobilisés acquis durant l'exercice. Dans le cas des dépenses effectuées au cours de l'exercice, on ajoute une période additionnelle de trente jours pour payer les biens et services acquis avant la fin de l'exercice financier.
(b) Immobilisations - Les immobilisations sont imputées aux dépenses au cours de l'année d'acquisition.

2. Revenus
Les revenus de la Commission sont versés au Fonds du revenu consolidé de la province de l'Ontario.

3. Dépenses
Les dépenses sont effectuées à partir des sommes mises à la disposition de la Commission par l'Assemblée législative de l'Ontario.

4. Régime de retraite
Presque tous les employés permanents et le personnel saisonnier de la Commission reçoivent de prestations de retraite par l'entremise de la Caisse de retraite des fonctionnaires et du Fonds d'indexation des pensions de retraite établis par la province de l'Ontario. La contribution versée par la Commission à ces fond au cours de l'exercice a été de 368 000 $, comparativement à 347 000 $ en 1989.

5. Rémunération des membres
La rémunération totale des membres du conseil d'administration de la Commission a été de 28 000 $, comparativement à 26 000 $ en 1989.

6. Éventualité
En janvier 1986, la Commission a accordé par contrat l'administration de ses concessions alimentaires pour une période de dix ans qui vient à terme le 31 décembre 1995. Dans l'éventualité où cette entente serait résiliée avant la fin du contrat, la Commission est tenue de dédommager le concessionnaire pour les améliorations locatives, le matériel, les ameublements et les accessoires qu'il a installés. Au 31 mars 1990, la responsabilité de la Commission à cet effet représentait une somme de 254 000 $.

À la Commission des parcs du Saint-Laurent et au ministre du Tourisme et des Loisirs

J'ai vérifié l'état des revenus et dépenses de la Commission des parcs du Saint-Laurent pour l'exercice se terminant le 31 mars 1990. Ma vérification a été effectuée selon les pratiques comptables généralement reconnues, et a comporté par conséquent toutes les vérifications et autres procédures jugées nécessaires dans les circonstances.

À mon avis, cet état financier représentait fidèlement l'état des revenus et dépenses de la Commission pour l'exercice se terminant le 31 mars 1990, conformément aux pratiques comptables décrites à la note 1 et à celles de l'exercice précédent.

J.F. Otterman

J.F. Otterman, F.C.A.
Vérificateur provincial adjoint

Toronto, Ontario le 27 juillet, 1990

État des revenus et dépenses pour l'exercice se terminant le 31 mars 1990	**1990** (en milliers de dollars)	**1989** (en milliers de dollars)
REVENUS		
Droits d'admission	2,141	2,160
Permis de camping	626	650
Mouillage et entreposage au port de plaisance	48	59
Vente de souvenir, de biens, de nourriture, etc.	1,670	1,663
Location de concessions	188	144
Location de matériel de golf	76	89
Divers	44	64
	4,793	**4,829**
DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT		
Salaires et avantages sociaux	10,690	10,221
Transport et communications	239	266
Services	1,170	1,144
Fournitures et matériel	2,670	1,896
Subvention tenant lieu de taxes aux municipalités	22	22
	14,791	**13,549**
EXCÉDENT DES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT	9,998	8,720
DÉPENSES EN IMMOBILISATIONS		
Acquisition/construction d'immobilisation	2,251	1,710
EXCÉDENT DES DÉPENSES TOTALES SUR LES REVENUS	**12,249**	**10,430**

Voir les notes afférentes à l'état financier.

Au nom de la Commission:

Président

Membre